

محاضرة (12) الاتصال الحجاجي (الجزء الثالث)

1 النماذج التواصلية للحجة:

يحدد طه عبد الرحمان النماذج التواصلية بناء على ان كل حجاج تواصل، فيقف على ثلاث نماذج تواصلية للحجة هي:

- النموذج الوصلي للحجة: تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة الوصل، اذ يعامل الحجة معاملة

البناء الاستدلالي المستقل الذي تكون عناصره موصولة وصلا تاما.

- النموذج الايصالي للحجة: تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة ايصال، لأنه يجعل من الحجة

فعلا استدلاليا يتوجه به المتكلم الى المستمع.

- النموذج الاتصالي للحجة: تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة اتصال اذ ينظر للحجة

بوصفها فعلا مشتركا بين المتكلم والمستمع، جامعا بين توجيه الاول وتقويم الثاني.

ومن الملاحظ من خلال هذه النماذج التواصلية الثلاث أن طه عبد الرحمان يفرق بين "الوصل" والذي يفيد

معنى الجمع بين طرفين بواسطة أمر مخصوص ، والوصل لا يكون الا بـ"واصل" والواصل هو بالذات الخبر.

و"الايصال" وهو نقل الخبر مع اعتبار مصدر الخبر الذي هو المتكلم. وبين "الاتصال" ونقل الخبر مع اعتبار

مصدر الخبر وهو المتكلم واعتبار مقصده الذي هو المستمع معا.

2 كيفية توظيف الحجج في الرسالة:

توجد هناك مجموعة من الاعتبارات المتعلقة بكيفية استخدام الحجج في الرسالة حتى تكون اكثر وقعا وتأثيرا

واقناعا نوجزها في ما يلي:

- كلما زادت مصداقية المصدر قلت الحاجة لاستخدام الحجة والدليل.

- طبيعة الموضوع: تحتاج بعض الموضوعات لأدلة أكثر من غيرها، وخاصة تلك الموضوعات غير المرتبطة بالخبرات السابقة للمتلقي.
- الحجة والدليل تكون أكثر وقعا ونجاحا مع الاشخاص الأكثر ذكاء، أي أولئك الذين يتوقعون اثباتا للأفكار المعروضة عليهم.
- يتوقف تأثير الحجة والدليل على ما إذا كان المتلقون يعتبرونه صحيحا أو غير صحيح، فالحجة أو الدليل الذي يقدم حقائق غير الذي يقدم اراء، فتأثيراتها تختلف.
- تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة يكون أكثر فعالية مع المتلقي الأكثر ذكاء وكذلك المتلقي المتردد.
- تقديم جانب واحد من الحجج (اما المؤيدة او المعارضة) يكون أكثر فعالية مع الافراد ذوي التعليم البسيط أو الافراد المؤيدين اساسا لوجهة النظر المعروضة في الرسالة، او اذا كان المتلقي لا يعرف الحجج المضادة، او عندما نريد تغيير الاتجاه على المدى القريب فقط وليس البعيد.
- ترتيب الحجج في الرسالة: اثبتت الدراسات ان الحجج التي تأتي في بداية الرسالة يكون تأثيرها اكبر من تلك التي تأتي في النهاية.

3 علاقة الاقناع بالحجاج:

- يعتبر كل من الاقناع و الحجاج بمثابة وجهان لعملة واحدة، فلا يكمن الحديث عن اقناع دون حجاج، على اعتبار ان الحجج هي احدى الآليات المعتمدة لاقناع الفرد بفكرة او سلوك ما، ومن جهة اخرى فإن غاية كل حجاج هي الاقناع.
- وفي هذا الصدد يرى "شام بيرلمان ولوسي تيتكا" ان الاقتناع هو غاية كل حجاج، ويشددان على ارتباط الاقتناع بما هو عقلي عل اعتبار انه اذعان نفسي مبني على ادلة عقلية.

يعتبر الحجاج الآلية التي يستعمل المرسل اللغة فيها وتتجسد عبرها استراتيجية الاقناع، وفي هذا السياق قدم "بيرلمان وتيكيتا" تعريفاً يجمع بين شكل الحجاج والغاية منه بالقول: " ان اذعان العقول بالتصديق لما يطرحه المرسل أو العمل على زيادة الاذعان هو الغاية من كل حجاج، فأنجح حجة هي تلك التي تنجح في تقوية حدة الاذعان عند من يسمعها وبطريقة تدفعه الى المبادرة سواء بالاقدام على العمل أو الاحجام عنه، أو هي على الاقل ما يحقق الرغبة عند المرسل اليه في ان يقوم بالعمل في اللحظة الملائمة".

كما تجدر الاشارة الى ان Oleron قد ادرج الاقناع ضمن الوظيفة الاولى للحجاج بشكل عام ، وهذه الوظائف تمثلت بالنسبة له في: الاقناع، المداولة ، واثبات صحة حكم من الاحكام.

وعموماً يمكن الوقوف عند ثلاث اتجاهات حاولت أن توضح معالم العلاقة بين الاقناع والحجاج وهي:

- الاتجاه الاول: يرى أن الاقناع اعم من الحجاج، فالحجاج ما هو الا آلية اقناعية يستعملها رجل الاقناع لتحقيق اهدافه.

- الاتجاه الثاني: يرى ان الحجاج اشمل من الحجاج على اعتبار ان الاقناع هو غاية كل حجاج.

- الاتجاه الثالث: لا يفرق بين الاقناع والحجاج ويعتبر الاقناع مساو للحجاج، ما دام هدف الاثنين هو

هو الحصول على استجابة معينة (تعزيز، تغيير ، خلق موقف او سلوك معين)